

**PENGARUH NEO CULTURE TECHNOLOGY (NCT)  
DALAM ADVOKASI ISU ANAK DI INDONESIA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian  
Persyaratan Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana (S-1)  
Dalam Bidang Ilmu Hubungan Internasional**



**Disusun Oleh:**

**AMELIA DWI ADISTA**

**07041181823046**

**JURUSAN ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**2025**

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

“PENGARUH NEO CULTURE TECHNOLOGY (NCT)  
DALAM ADVOKASI ISU ANAK DI INDONESIA”

SKRIPSI

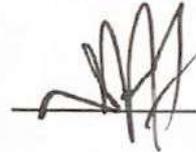
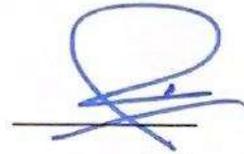
Oleh :

AMELIA DWI ADISTA  
07041181823046

Telah dipertahankan di depan penguji  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat  
Pada tanggal 7 Januari 2025

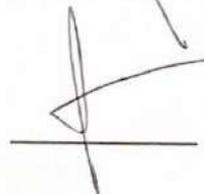
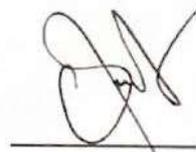
Pembimbing :

1. Sofyan Effendi, S.IP., M.Si  
NIP. 197705122003121003
2. Maudy Noor Fadhlia, S.Hub.Int., MA  
NIP. 199408152023212040



Penguji :

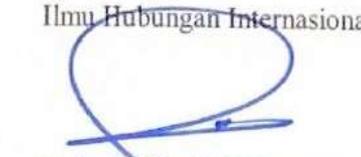
1. Ferdiansyah Rivai, S.IP.,MA  
NIP.1989041112019031013
2. Nurul Aulia, S.IP.,MA  
NIP. 199312222022032013



Mengetahui,



Ketua Jurusan  
Ilmu Hubungan Internasional



Sofyan Effendi, S.IP., MA  
NIP. 197705122003121003

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**“PENGARUH NEO CULTURE TECHNOLOGY (NCT)  
DALAM ADVOKASI ISU ANAK DI INDONESIA”**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh  
Derajat Sarjana S-1 Ilmu Hubungan Internasional**

Oleh :

**AMELIA DWI ADISTA**

**07041181823046**

Pembimbing

1. Sofyan Effendi, S.IP., M.Si

NIP. 197705122003121003

Tanda Tangan



Tanggal

10/01/2025

2. Maudy Noor Fadhlia, S.Hub.Int., MA

NIP. 199408152023212040



10/01/2025

Mengetahui,  
Ketua Jurusan,



Sofyan Effendi, S.IP., M.Si.  
NIP.197705122003121003

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Amelia Dwi Adista

NIM : 07041181823046

Jurusan : Ilmu Hubungan Internasional

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Neo Culture Technology (NCT) Dalam Advokasi Isu Anak Di Indonesia” ini adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi. Apabila di kemudian hari, ada pelanggaran yang ditemukan dalam skripsi ini dan atau ada pengaduan dari pihak lain terhadap karya saya ini, saya bersedia menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh tanpa paksaan dari pihak manapun.

Indralaya, 10 Januari 2025

Yang membuat pernyataan



Amelia Dwi Adista

07041181823046

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan tulus dan penuh rasa syukur, peneliti persembahkan kata-kata ini untukmu. Skripsi yang telah peneliti susun dengan penuh dedikasi, sebagai bukti perjalanan dan pengabdian peneliti. Kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, peneliti ucapkan rasa terima kasih yang tulus. Kehadiran-Nya memberi peneliti petunjuk dan kekuatan, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Kepada keluarga dan orang tua peneliti, Alm. Ayah Joni Hermawan dan Ibu Eneng Priyatni yang tak tergantikan, terima kasih atas dukungan dan cinta tanpa batas. Doa, semangat, dan dorongan kalian, memberi peneliti keberanian dan motivasi tak terhingga.

Kepada dosen pembimbing peneliti yang terhormat, terima kasih atas bimbingan, arahan, dan kesabaran. Ilmu dan pengalaman yang telah kalian bagikan, membantu peneliti mengembangkan pemahaman dan wawasan. Kepada teman-teman seperjuangan, terima kasih atas kerjasama, dukungan, dan persahabatan. Momen-momen peneliti bersama penuh tawa dan suka cita, membuat perjalanan menulis skripsi lebih berarti dan indah. Terakhir, kepada diri peneliti sendiri, terima kasih atas ketekunan, ketabahan, dan kegigihan. Meski ada tantangan dan hambatan di sepanjang jalan, peneliti tetap berjuang dan tak pernah menyerah.

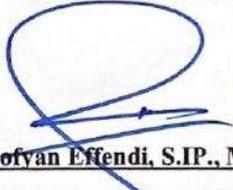
Dalam persembahan ini, peneliti merasa bahagia, sebab skripsi ini adalah hasil kerja keras dan dedikasi. Semoga karya ini bermanfaat bagi ilmu dan masyarakat dan menjadi pijakan untuk perjalanan yang lebih besar di masa depan. Akhir kata, terima kasih kepada semua yang telah hadir, menyaksikan persembahan kata-kata dari hati ini. Peneliti bangga dan berterima kasih atas segala dukungan dan semoga ini menjadi awal perjalanan yang penuh keberhasilan.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh grup K-pop NCT dalam Advokasi Isu Anak di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif dengan pendekatan studi Kasus, dimana data dikumpulkan melalui wawancara, obeservasi dan analisis dokumen terkait kampanye sosial yang dilakukan oleh NCT dan fanbase NCT serta organisasi kemanusiaan yang terlibat. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah gerakan sosial baru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa NCT memanfaatkan media digital dan budaya pop sebagai alat untuk membangun kesadaran kolektif dan mendorong partisipasi sosial. Penggunaan media sosial oleh NCTzens terbukti efektif dalam menggalang dana dan menyebarkan isu perlindungan anak. Studi ini menyimpulkan bahwa budaya pop, melalui medium yang signifikan untuk perubahan sosial, khususnya dalam advokasi hak anak di indonesia.

**Kata Kunci:** NCT, Advokasi Isu Anak, Gerakan Sosial Baru, Budaya Pop, Teknologi Digital

PEMBIMBING I



Sofyan Effendi, S.IP., M.Si

NIP. 197705122003121003

PEMBIMBING II



Maudy Noor Fadhlia, S.Hub.Int., MA

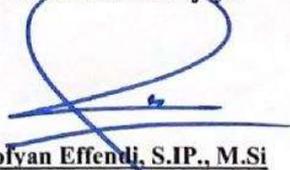
NIP. 199408152023212040

INDRALAYA

Ketua Jurusan Ilmu Hubungan Internasional

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sriwijaya



Sofyan Effendi, S.IP., M.Si

NIP. 197705122003121003

## ABSTRACT

*This research aims to analyze the influence of K-pop group NCT in Advocacy for Children's Issues in Indonesia. This research uses a Qualitative method with a Case study approach, where data is collected through interviews, observation and document analysis related to social campaigns carried out by NCT and NCT's fanbase as well as the humanitarian organizations involved. The theory used in this research is a new social movement. Research results show that NCT utilizes digital media and pop culture as a tool to build collective awareness and encourage social participation. The use of social media by NCTzens is proven to be effective in raising funds and disseminating child protection issues. This study concludes that pop culture, through a significant medium for social change, especially in the advocacy of children's rights in Indonesia.*

**Keywords:** *NCT, Children's Issue Advocacy, New Social Movement, Pop Culture, Digital Technology*

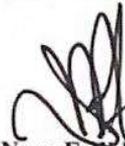
**PEMBIMBING I**



**Sofyan Effendi, S.IP., M.Si**

**NIP. 197705122003121003**

**PEMBIMBING II**



**Maudy Noor Fadhlia, S.Hub.Int., MA**

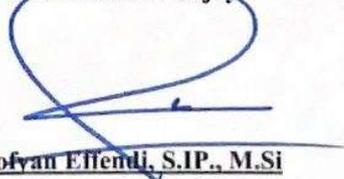
**NIP. 199408152023212040**

**INDRALAYA**

**Ketua Jurusan Ilmu Hubungan Internasional**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Sriwijaya**



**Sofyan Effendi, S.IP., M.Si**

**NIP. 197705122003121003**

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarrakatuh puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul "Pengaruh Neo Culture Technology (NCT) Dalam Advokasi Isu Anak Di Indonesia". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial di Jurusan Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Penulis Ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada ALLAH SWT atas berkah, rahmat, nikmat-Nya lah penulis mendapatkan kelancaran dan kesehatan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dengan segala hormat dan kerendahan hati, penulis mempersembahkan skripsi ini khusus untuk kedua orang tua tercinta, Alm. Bapak Joni Hermawan dan Ibu Eneng Priyatni yang telah membesarkan, mendidik, mendoakan, dan memberikan dukungan kepada penulis dengan penuh rasa cinta dan kasih sayang, serta material untuk penulis selama ini. Skripsi ini dapat selesai tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan kepada :

1. Bapak Sofyan Effendi, S.IP., M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Hubungan Internasional dan Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan arahan dan bimbingan yang berguna bagi penulis selama proses pengerjaan skripsi ini.
2. Ibu Maudy Noor Fadhlia, S.Hub.Int., MA selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan saran, nasihat, ide, arahan dan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Bapak Ferdiansyah Rivai S.IP., MA beserta Ibu Nurul Aulia S.IP., MA selaku Dosen Penguji.

4. Ibu Sari Mutiara Aisyah, S.IP., MA selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Bapak/Ibu dosen Prodi Ilmu Hubungan Internasional yang telah membimbing, memberikan banyak ilmu, serta motivasi kepada penulis.
6. Mba Siska dan Mba Anty selaku admin Ilmu Hubungan Internasional yang telah banyak membantu penulis dalam proses administrasi selama masa perkuliahan sampai dengan penyelesaian skripsi ini.
7. Keluargaku Teh Tasya, Adek Bintang, Zeze, Ziza dan Yuk Karnik terima kasih atas dukungan, kasih sayang, doa dan semangat yang telah diberikan selama ini.
8. Yang tercinta Andre Riza Syahputra terima kasih telah menjadi salah satu penyemangat, pendengar keluh kesah, menjadidrumah bagi penulis, penasehat yang baik dan senantiasa memberikan cinta.
9. Saudara tidak sedarah Rafli Kholan, Arini Julianti, Nurachma Puji, Lara Finandita, Salwa Hilalia tidak ada kata lain selain terima kasih, terima kasih, terima kasih.
10. Sahabatku Rifdah Nabilah, Dinda Eka, Adinda Amalia, Sakina Syadanna, Agung Patty, Rangga Joeltama, Ridho Rinaldy, Daffa Al-Haque, Annas Tasya terima kasih karena selalu memotivasi dan memberikan semangat tiada henti.
11. Sahabat masa perkuliahanku Nabila Oktisaura, Salsabila Mifta, Brigitta Sarah, Antonius Steven, Andreansyah terima kasih telah memberikan semangat, memotivasi, membantu menyelesaikan permasalahan pada saat perkuliahan dan tawa dari awal perkuliahan hingga sekarang.
12. Teman Seperjuangan Pinkan Olivia, Fanny Widya, Nidia Naliopa, Namira Chairunissa, Irfan Hidayatullah terima kasih atas kerja sama, bantuan, motivasi sehingga kita dapat menyelesaikan skripsi ini bersama-sama.
13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah

memberikan bantuan dan menyelesaikan skripsi ini. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapat balasan dari Allah SWT.

Penulis sangat mengharapkan semoga skripsi ini dapat menambah pengetahuan dan bermanfaat bagi mahasiswa/mahasiswi Jurusan Ilmu Hubungan Internasional Universitas Sriwijaya. Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarrakatuh.

Indralaya, Desember 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR SINGKATAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II</b> .....	<b>10</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Kerangka Teori .....	13
2.3 Kerangka Pikir .....	17
2.4 Argumentasi Utama .....	17
<b>BAB III</b> .....	<b>19</b>
3.1 Desain Penelitian .....	19
3.2 Defisini Konsep .....	20
3.3 Fokus Penelitian.....	21
3.4 Unit Analisis .....	24
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	24
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	25
3.7 Teknik Keabsahan Data .....	26
3.8 Teknik Analisa Data.....	27
3.9 Jadwal Penelitian .....	29
3.10 Sistematika Penulisan .....	30
<b>BAB IV</b> .....	<b>31</b>
4.1 Advokasi Isu Anak Di Indonesia.....	31
4.2 NCT (Neo Culture Technology) .....	33
4.3 UNICEF.....	35

<b>BAB V</b> .....	<b>38</b>
5.1 NCT (Neo Culture Technology) Dalam Advokasi Isu Anak Di Indonesia 38	
5.1.1 Kampanye Berkelanjutan .....	39
5.1.2 Repertoar Gerakan Sosial .....	51
5.1.3 Demonstrasi atau WUNC (Worthiness, Unity, Numbers, Commitment) 58	
<b>BAB VI</b> .....	<b>61</b>
6.1 Kesimpulan .....	61
6.2 Saran .....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>63</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	10
Tabel 3. 1 Fokus Penelitian.....	22
Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian .....	29

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	17
Gambar 5. 1 Jeno dan Jemin NCT dalam Global Dreams <i>Come True Project</i> .....	42
Gambar 5. 2 Kegiatan NCT di Bantar Gerbang.....	45
Gambar 5. 3 Kegiatan <i>Year of Dreamies A Hope for Future</i> .....	49
Gambar 5. 4 Kegiatan Penggalangan Dana Tema " <i>7 Dreams, 7 Stars</i> " .....	53

## DAFTAR SINGKATAN

AFC	: Asian Fans Club
BTS	: <i>Bangtan Sonyeondan</i>
EXO	: <i>Exoplanet</i>
H.O.T	: Highfive of Teenagers
NCT	: <i>Neo Culture Technology</i>
K-Pop	: Korean Popular
K-Drama	: Korean Drama
UNICEF	: United Nations Children's Fund
WUNC	: Worthiness, Unity, Numbers, Commitment

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Globalisasi telah menciptakan jembatan yang menghubungkan berbagai budaya, memungkinkan arus pertukaran yang dinamis dalam bentuk musik, fashion, teknologi, dan ideologi. Salah satu contoh yang paling mencolok dari efek globalisasi budaya ini adalah fenomena K-pop (Korean pop), yang tidak hanya merajai panggung musik internasional, tetapi juga mempengaruhi banyak aspek kehidupan sehari-hari di berbagai belahan dunia. Lebih dari sekadar tren musik, K-pop telah berkembang menjadi sebuah fenomena global yang mencakup gaya hidup, fashion, bahasa, dan bahkan pola pikir para penggemarnya. Musik ini telah menembus pasar internasional dengan sangat cepat, sebagian besar berkat penggunaan media sosial dan teknologi digital yang memungkinkan penyebaran konten secara luas dan efisien. Dengan platform seperti YouTube, Instagram, Twitter, dan TikTok, kelompok-kelompok K-pop seperti BTS, Blackpink, dan EXO berhasil menarik jutaan penggemar dari berbagai negara, menciptakan komunitas global yang beragam namun bersatu oleh kecintaan yang sama terhadap musik dan budaya Korea (Anisa & Purnama, 2024).

Selain itu, kehadiran K-pop di pasar internasional tidak hanya meningkatkan popularitas musik Korea, tetapi juga memperkenalkan elemen-elemen lain dari budaya Korea, seperti drama televisi (K-drama), makanan, tata rias, dan mode, yang kini semakin mendunia. Ini menghasilkan peningkatan ekspor produk budaya dan memperkuat citra Korea Selatan sebagai pusat tren global. Proses ini tidak hanya menghasilkan keuntungan ekonomi yang signifikan bagi industri hiburan Korea

Selatan tetapi juga membangun 'soft power' yang efektif bagi negara tersebut di kancah internasional.

Seiring dengan penyebarannya, K-pop juga memicu perubahan dalam industri musik global, dengan menantang batasan-batasan bahasa dan genre, serta menciptakan standar baru dalam hal produksi musik, koreografi, dan pemasaran artis (Anisa & Purnama, 2024). Fenomena ini menunjukkan bagaimana globalisasi tidak hanya mendorong keterbukaan dan interaksi antar budaya, tetapi juga mempromosikan diversifikasi budaya melalui produk- produk populer yang dapat dinikmati oleh audiens di seluruh dunia.

K-pop pula merupakan salah satu jenis music yang perkembangannya sangat pesat tidak hanya di korea selatan namun hampir diseluruh negara, mulai dari Asia Tenggara hingga seluruh dunia. Music K-pop sebetulnya lahir pada tahun 1960-an namun baru mulai terkenal pada tahun 1996 pada saat Korea Selatan menciptakan Grup Musik yang beraliran Pop Korea yaitu Boyband dan juga Girlband. Contohnya, National Ballet Company, H.O.T, dan juga Baby Vox, hal inilah yang menyebabkan Music K-pop menjadi salah satu aspek Hallyu atau biasa dikenal dengan Korean Wave (Gelombang Korea) (Fadia et al., 2020). K-pop atau Korean Pop mempunyai dua unsur penting yakni, Musik dan Busana (Fashion). Korean Pop ini memiliki berbagai genre lagu seperti R&B, Pop, Blues, Hip hop, dan Korean Dance Elektronik. Music tersebut dipadu dan digabungkan dengan menggunakan koreografi tari (dance) dan busana yang memikat dan mengagumkan.

Indonesia merupakan salah satu negara di Asia Tenggara yang penyebaran K-popnya dinilai sangat cepat. Hal ini dapat dilihat dengan adanya sebuah blog yang memuat informasi-informasi mengenai Korea Selatan khususnya pada dunia hiburan. Blog tersebut disebut dengan AFC atau Asian Fans Club. AFC merupakan

situs “*Korean Wave*” terbesar di Indonesia. Tidak hanya itu, Indonesia juga memiliki beberapa komunitas- komunitas yang berkaitan dengan K-Pop seperti komunitas pecinta Drama Korea, Komunitas pecinta Boygrup dan Girlgroup dan juga komunitas Pecinta Dance *Cover Boygrup* atau *Girlgrup* (Qonita & Agung, 2023).

Boygrup dan Girlgrup music K-pop ini termasuk yang sangat diminati oleh remaja-remaja Indonesia, hal tersebut menyebabkan Indonesia sering kali menjadi salah satu negara yang mengundang artis-artis K-pop untuk hadir (fansign) dan Konser. Seperti salah satu Agensi terbesar di Korea Selatan yaitu SM Entertainment yang mempunyai store dan bekerja sama di Indonesia (Megantari et al., 2022). SM entertainment ini pula yang merupakan salah satu agensi yang sering membawa boygrup dan girlgrupnya untuk datang ke Indonesia. Salah satu *Boygrup* tersebut adalah NCT.

NCT pula merupakan boygroup di bawah naungan agensi SM Entertainment, pertama kali diperkenalkan pada tahun 2016 dengan konsep unik yang memungkinkan penambahan anggota baru dan pembentukan sub- unit. Sejak debut, NCT telah berhasil menarik perhatian penggemar di berbagai wilayah, terutama di Asia Tenggara, termasuk Indonesia, sebelum akhirnya memperluas jangkauan mereka ke pasar internasional seperti Amerika Utara, Eropa, dan Amerika Selatan (Agus, 2020). Popularitas mereka yang terus meningkat tidak hanya mengukuhkan NCT sebagai salah satu grup K-pop yang berpengaruh, tetapi juga menjadikan mereka alat soft diplomacy yang efektif bagi Korea Selatan dalam mempererat hubungan budaya dan ekonomi dengan negara lain, termasuk Indonesia. Kehadiran mereka di Indonesia sering kali diwarnai dengan kegiatan seperti konser, menjadi brand ambassador produk lokal, hingga tampil di berbagai acara televisi, yang semuanya membantu meningkatkan citra Korea Selatan di mata publik Indonesia.

Namun, selain upaya diplomasi budaya tersebut, NCT juga dikenal karena kampanye mereka yang fokus pada kesejahteraan dan pendidikan anak-anak. Boygroup ini secara aktif terlibat dalam berbagai kampanye sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat global mengenai pentingnya hak-hak anak. Sebelum tahun 2023, salah satu bukti nyata dari keterlibatan mereka dalam kampanye peduli anak-anak adalah partisipasi mereka dalam program “SMile for U,” sebuah proyek kolaborasi antara SM Entertainment dan UNICEF yang dimulai sejak tahun 2016. Dalam proyek ini, NCT bersama dengan artis lain dari SM Entertainment menggalang dana dan mempromosikan program pendidikan musik untuk anak-anak di Vietnam dan negara-negara lain yang membutuhkan. Program ini bertujuan untuk memberikan akses pendidikan musik yang lebih luas kepada anak-anak, terutama bagi mereka yang berada di lingkungan kurang mampu.

Selain itu, pada tahun 2019, anggota NCT terlibat dalam kampanye "*Green Noble Club*," sebuah inisiatif dari *Green Umbrella Child Fund* Korea yang ditujukan untuk membantu anak-anak yang hidup dalam kondisi kemiskinan. Anggota NCT, seperti Jaemin, secara pribadi menjadi anggota dari *Green Noble Club* setelah menyumbangkan lebih dari 100 juta won (sekitar 85.000 USD) untuk mendukung anak-anak yang membutuhkan di Korea Selatan (Jessica, 2021). Keterlibatan ini menunjukkan bahwa NCT tidak hanya menggunakan popularitas mereka untuk kepentingan komersial, tetapi juga untuk mendukung dan meningkatkan kesadaran tentang pentingnya kesejahteraan anak-anak.

Di samping kampanye peduli anak-anak, NCT sering kali berpartisipasi dalam berbagai kegiatan sosial lainnya, seperti acara amal dan lelang untuk mengumpulkan dana yang ditujukan bagi anak-anak yang membutuhkan bantuan, terutama mereka yang terkena dampak bencana alam atau yang hidup dalam

kemiskinan. Kampanye seperti ini membuktikan bahwa NCT tidak hanya menjadi duta budaya K-pop, tetapi juga berperan aktif dalam misi-misi kemanusiaan yang lebih luas, dengan fokus khusus pada generasi muda. Dengan aktivitas ini, NCT memperkuat citra positif mereka di mata publik global, tidak hanya sebagai boygroup yang berfokus pada hiburan, tetapi juga sebagai kelompok yang peduli terhadap masalah sosial dan aktif berkontribusi untuk kesejahteraan anak-anak di seluruh dunia.

Sebelum tahun 2023, pengaruh kampanye NCT dalam mendukung kesejahteraan anak-anak telah membawa dampak positif yang signifikan, baik secara lokal di Korea Selatan maupun di tingkat global. Sebagai bagian dari proyek “SMile for U” yang bekerja sama dengan UNICEF, NCT bersama dengan artis-artis lain dari SM Entertainment telah berhasil mengumpulkan dana untuk menyediakan pendidikan musik bagi anak-anak yang kurang mampu di Vietnam. Program ini tidak hanya memperkenalkan musik sebagai sarana pengembangan diri bagi anak-anak, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan keterampilan sosial dan kognitif mereka. Menurut laporan UNICEF, program ini mencapai lebih dari 5.000 anak di Vietnam pada tahun 2020 dan 2021, dengan peningkatan partisipasi sebanyak 15% dibandingkan tahun-tahun sebelumnya (UNICEF, 2021).

Di Indonesia, pengaruh kampanye peduli anak-anak yang dilakukan oleh NCT juga terlihat cukup signifikan. Grup ini memiliki basis penggemar yang kuat di Indonesia, dan aktivitas sosial mereka telah menginspirasi banyak penggemar untuk terlibat dalam berbagai kegiatan amal dan mendukung inisiatif yang berfokus pada kesejahteraan anak-anak. Salah satu contohnya adalah partisipasi penggemar NCT, yang dikenal dengan nama NCTzen, dalam menggalang dana untuk mendukung program-program pendidikan dan kesehatan bagi anak-anak di

Indonesia. Pada tahun 2021, komunitas penggemar NCT di Indonesia berhasil mengumpulkan lebih dari Rp200 juta melalui platform penggalangan dana daring, yang kemudian disalurkan untuk membantu anak-anak di daerah-daerah terpencil yang terdampak pandemi COVID-19 (Sari & Prasetyo, 2022).

Pengaruh NCT dalam advokasi isu anak-anak di Indonesia juga terlihat melalui kerja sama dengan organisasi lokal. Pada tahun 2022, beberapa anggota NCT bekerja sama dengan Yayasan Sayangi Tunas Cilik (Save the Children Indonesia) dalam kampanye edukasi tentang hak-hak anak dan pentingnya akses terhadap pendidikan yang layak. Kampanye ini berhasil menjangkau lebih dari 10.000 anak di berbagai wilayah di Indonesia, dengan peningkatan partisipasi sekolah sebesar 30% di daerah-daerah yang terlibat dalam program tersebut (Yayasan Sayangi Tunas Cilik, 2022).

Adapun salah satu hal unik dari diplomasi selebritas yang dilakukan anggota *Neo Culture Technology* (NCT) dalam kampanye peduli pekerja anak di Indonesia tahun 2023 adalah pendekatan mereka yang menggabungkan musik, budaya digital, dan aksi nyata. Dalam kampanye ini, NCT menghadirkan *fan-participatory virtual reality* (VR) untuk mengedukasi tentang isu pekerja anak. Dengan bantuan teknologi, mereka menciptakan pengalaman interaktif di mana penggemar dapat "merasakan" bagaimana sulitnya kehidupan anak-anak yang terjebak dalam kerja paksa.

Selain itu, mereka melibatkan *fanbase* mereka untuk berpartisipasi dalam proyek sosial melalui gerakan *#NCTCares*. Penggemar diajak menyumbang waktu atau dana melalui platform digital yang dirancang interaktif, di mana setiap kontribusi secara langsung terlihat melalui grafik waktu nyata. Uniknyalagi, anggota NCT sendiri turun langsung ke Indonesia untuk melakukan kunjungan ke komunitas yang terdampak, disertai sesi musik akustik dengan anak-anak lokal, menciptakan

momen yang menyentuh dan mendalam. Pendekatan ini menunjukkan bagaimana K-Pop bisa melampaui batas hiburan dan menjadi alat diplomasi yang efektif.

Maka dari itu penelitian ini memiliki urgensi yang signifikan karena mengingat tingginya popularitas grup ini di kalangan generasi muda Indonesia dan peran mereka dalam memperkuat kesadaran sosial. NCT, sebagai salah satu boygroup K-pop dengan basis penggemar yang besar dan berpengaruh di Indonesia, memiliki potensi yang signifikan dalam memobilisasi dukungan publik terhadap isu-isu sosial, khususnya yang berkaitan dengan kesejahteraan anak-anak. Apalagi Indonesia memiliki tantangan besar dalam meningkatkan kualitas hidup dan pendidikan anak-anak, terutama di daerah-daerah yang kurang terjangkau, kampanye yang melibatkan figur publik populer seperti NCT dapat menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat. Sebagai bagian dari gelombang Korean Wave (Hallyu), NCT tidak hanya berperan sebagai ikon budaya pop, tetapi juga sebagai agen diplomasi budaya yang efektif bagi Korea Selatan. Melalui keterlibatan aktif dalam kampanye sosial, seperti kampanye peduli anak-anak di Indonesia, NCT berfungsi sebagai sarana soft power Korea Selatan yang mampu memperkuat hubungan bilateral antara Korea Selatan dan Indonesia. Kampanye sosial yang diusung oleh NCT dapat dilihat sebagai upaya mempererat hubungan antar kedua negara dengan memanfaatkan popularitas K-pop untuk mendukung tujuan kemanusiaan. Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul **“Diplomasi Selebritas Korea Selatan Melalui Anggota Neo Culture Technology (NCT) Pada Kampanye Peduli Pekerja Anak di Indonesia Tahun 2023”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana pengaruh Neo Culture Technology (NCT) dalam advokasi isu anak di indonesia?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengeksplorasi dan menganalisis lebih jauh tentang bagaimana pengaruh Neo Culture Technology (NCT) dalam advokasi isu anak di indonesia. Selain untuk mengeksplorasi dan menganalisis pengaruh NCT dalam mengadvokasikan isu anak di indonesia, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi strategi komunikasi dan pendekatan yang digunakan oleh NCT dalam isu tersebut.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat membawa manfaat khususnya bagi akademisi Hubungan Internasional dalam memahami dan mempelajari secara teoritis mengenai isu diplomasi khususnya yang dilakukan oleh Korea Selatan di Indonesia.

### **1.4.2 Manfaat Penelitian Praktis**

1. Untuk akademisi, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai diplomasi budaya dan pengaruh figur publik dalam

kampanye sosial mengenai peduli pekerja anak, khususnya dalam konteks K-pop dan pengaruhnya di Indonesia. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi untuk studi-studi selanjutnya yang mengkaji peran budaya pop dalam diplomasi internasional dan kampanye sosial.

2. Untuk umum, hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai bagaimana mengadvokasikan isu anak yang melibatkan selebritas internasional, seperti NCT, dapat mempengaruhi kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam isu-isu kemanusiaan, khususnya dalam konteks kesejahteraan anak-anak.
3. Untuk pemerintah, penelitian ini dapat menjadi sumber informasi yang berguna untuk merumuskan kebijakan yang lebih efektif dalam memanfaatkan diplomasi budaya untuk tujuan kemanusiaan. Hasil dari penelitian ini dapat memberikan panduan dalam merancang dan melaksanakan program-program yang melibatkan figur publik internasional untuk meningkatkan kepedulian terhadap isu-isu sosial di tingkat nasional.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ainslie, M. J., & Lim, J. (2020). Hallyu across the desert: K-pop fandom in Indonesia. *Popular Communication*, 18(1), 37-51.
- Amany, A. N. (2022). Wacana "Cinta Diri Sendiri" Sebagai Bentuk Advokasi Anak Dan Remaja Terdampak Kekerasan Pada Teks Pidato Kim Nam Jun Di Majelis Umum PBB. *Jurnal Pendidikan*, Vol 31 No.3.
- Anisa, A., & Purnama, P. (2024). "Fenomena Globalisasi K-pop dan Dampaknya terhadap Pasar Internasional". *Jurnal Budaya dan Media*, 12(2), 45-58.
- Agus, A. (2023). "Pengaruh Diplomasi Selebritas dalam Kampanye Sosial". *Jurnal Hubungan Internasional*, 15(3), 75-88.
- Arikunto, Suharmi. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta Jakarta
- Baylis, J., & Smith, S. (2017). *The Globalization of World Politics: An Introduction to International Relations*. Oxford: Oxford University Press.
- Creswell, J. W. (2010). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.
- Children Indonesia, S.T (2022). *Modul Pelatihan Advokasi Bagi Anak Muda*. Jakarta: Save the Children Indonesia.
- Entertainment, SM. (2022). NCT Dreams Come True Project Campaign Overview. South Korea.
- Fitrah, M. (2017). *Metode Penelitian*. Universitas Indonesia Press.
- Hoshizora Foundation. (2023, March 23). *Fanbase K-pop donasi pendidikan: Ekspresi cinta kepada idola*. Hoshizora Foundation. Retrieved from

<https://hoshizora.org/fanbase-kpop-donasi-pendidikan-ekspresi-cinta/>

Idola Perdini, Dhiba, Farah & Reni. (2019). *K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia*. ProTvf, Vol 3, No. 1.

Jung, E. Y., & Shim, D. (2014). Social distribution: K-pop fan practices in Indonesia and the 'Gangnam Style' phenomenon. *International Journal of Cultural Studies*, 17(5), 485-501.

Keen, Stevick Colaizzi. (1998). *Qualitative Inquiry And Research Design Choosing Among Five Traditions*, (dalam Creswell). California: Sage Publications, Inc.

Kim, Y., & Ryoo, W. (2022). The globalization of K-pop: A case study of Indonesian fans' consumption practices. *Journal of Popular Culture*, 55(3), 659-682.

Kissinger, H. (1994). *Diplomacy*. New York: Simon & Schuster.

Kpopmap. (2023, November 20). *NCT Doyoung conveys warm heart with 100 million won donation for World Children's Day*. Kpopmap. Retrieved from <https://www.kpopmap.com/nct-doyoung-conveys-warm-heart-with-100-million-won-donation-for-world-childrens-day/>

Maulidiniyah, V. (2022). *Peran Siwon Choi Sebagai UNICEF Regional Ambassador Dalam Kampanye Hak Anak Di Asia Timur Dan Pasifik*. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Melucci, A. (1989). *Nomads of The Present: Social Movements an Individual Needa in Contemporary Society*. Philadelphia: Temple University Press.

Melucci, A. (1996). *Challenging Codes: Collective Action in the Information Age*. Britania Raya: Press Syndicate of the University of Cambridge.

Melucci, A. (1996). *The Playing Self: Person and Meaning in the Planetary Society*. New York: Cambridge ; New York : Cambridge University Press.

- Marshall, P. D. (1997). *Celebrity and Power: Fame in Contemporary Culture*. University of Minnesota Press.
- Moleong, L. J. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Oh, I., & Park, G. (2012). The globalization of K-pop: Korea's place in the global music industry. *Korea Observer*, 43(3), 389-409.
- Pujiriyani, D. W. (2013). Re-Imajinasi Ke-Indonesia-An Dalam Konteks "Network Society". *Jurnal Komunitas*, Vol 5, No 2.
- Sandu, S. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif: Pemahaman, Konsep, dan Aplikasinya dalam Penelitian Sosial*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sundari, D. (2022). *Peran Diplomasi Selebritas Bangtan Sonyeondan (BTS) Dalam Isu Kekerasan Anak di Dunia Tahun (2017-2020)*. Lampung: Universitas Lampung.
- Suryani, S., & Kim, M. S. (2021). Cultural diplomacy and the K-pop wave in Indonesia: Promoting soft power through popular culture. *Journal of Asian Pacific Communication*, 31(2), 211-228.
- Tilly, C. (2006). *Regimes and Repertoires*. Chicago: University of Chicago Press.
- Tilly, C. (2007). *Democracy*. New York: Cambridge University Press.
- Tilly, C. (2008). *Contentious Performances*. New York: Cambridge University Press.
- Tilly, C. (2015). *Contentious Politics*. Inggris: University of Oxford.
- Touraine, A. (1971). *The Post-Industrial Society*. New York: Random House.
- Touraine, A. (1981). *The Voice and the Eye: An Analysis of Social Movements*. New York: Editions du Seuil.

Tribun Wow. (2019, May 11). *2 member NCT bantu anak kurang mampu di Bantargebang, jadi pemulung hingga cuci baju*. Tribun News. Retrieved from <https://wow.tribunnews.com/2019/05/11/2-member-nct-bantu-anak-kurang-mampu-di-bantargebang-jadi-pemulung-hingga-cuci-baju>

Wekke, Ismail Suardi, dkk. (2019). *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: CV Adikarya Mandiri.

Zulkarnain, & Astrid. (2022). *Pengaruh Idol K-Pop Neo Culture Technology (NCT) terhadap Diplomasi Budaya Indonesia di Era Digital*. Skripsi Universitas Hasanuddin.